https://agustinespada.wordpress.com/2019/12/04/los-podcasts-de-noticias-datos-y-estrategia/

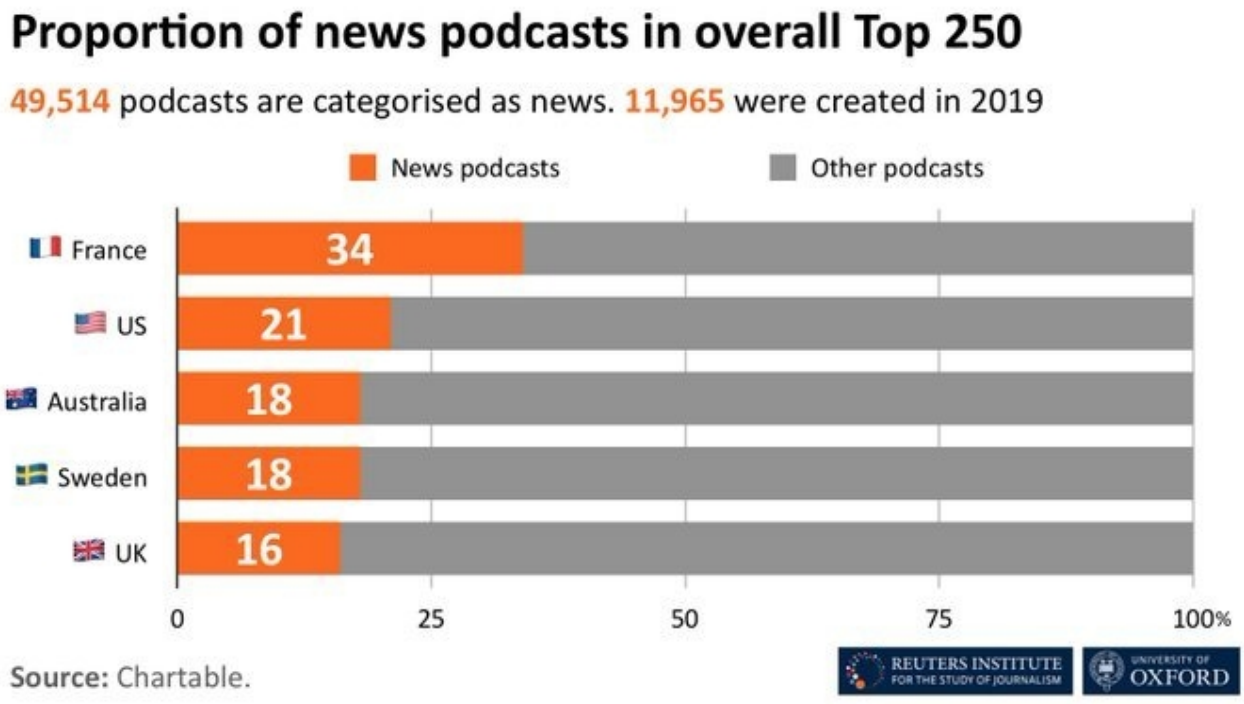
# Los podcasts de noticias: datos y estrategia

4-12-2019
Agustín Espada

El Reuters Institute publicó un informe sobre el estado y evolución de la producción, comercialización y audiencias de los podcasts de noticias. Aquí se presenta un brevísimo resumen de un informe que es mucho más amplio y del cual se sugiere (si es de interés) una lectura completa. Pueden acceder al reporte en este link. Sobre el final de esta nota se presentan algunos datos sobre el mercado de podcast argentino y de los contenidos más escuchados.

Para comenzar a desglosar la información del reporte, puede indicarse que el 15% de las personas escuchan podcasts de noticias. The Daily, el podcast de noticias diario de The New York Times, tiene dos millones de oyentes diarios. En los últimos 18 meses se lanzaron una docena de daily podcasts de noticias. El trabajo se realizó en cinco países: Estados Unidos, Reino Unido, Suecia, Francia y Australia.

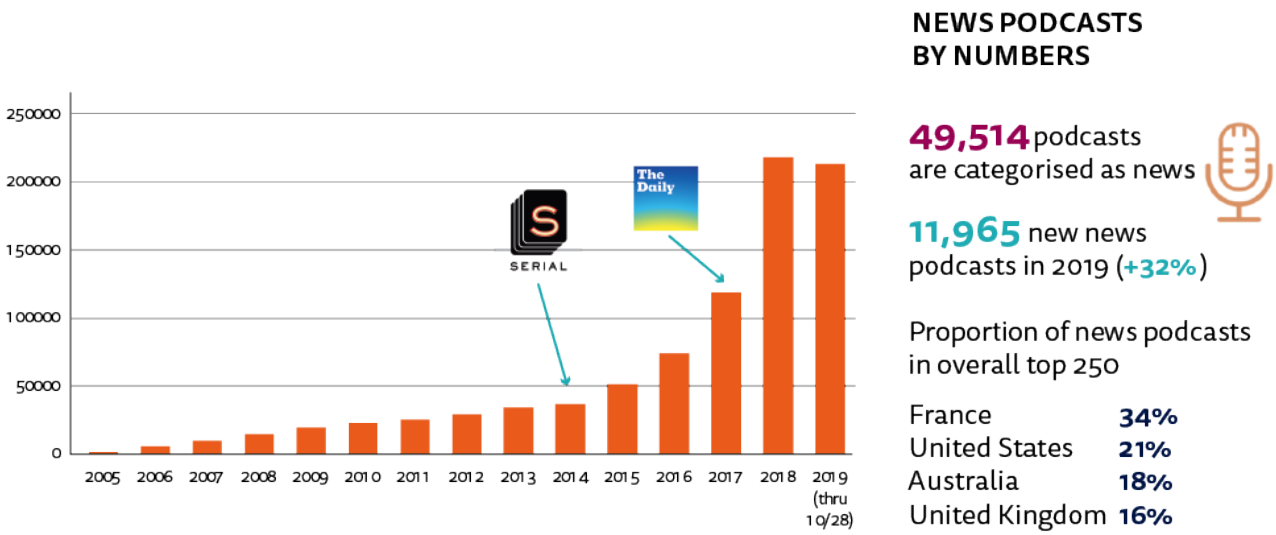
Si se tienen en cuenta los 770.000 podcasts existentes en Apple Podcasts, los de noticias representan un 6%. Además, representan el 21% de los episodios más escuchados en esa plataforma en Estados Unidos, un 34% en Francia, un 18% en Australia y Suecia y un 16% en Reino Unido.



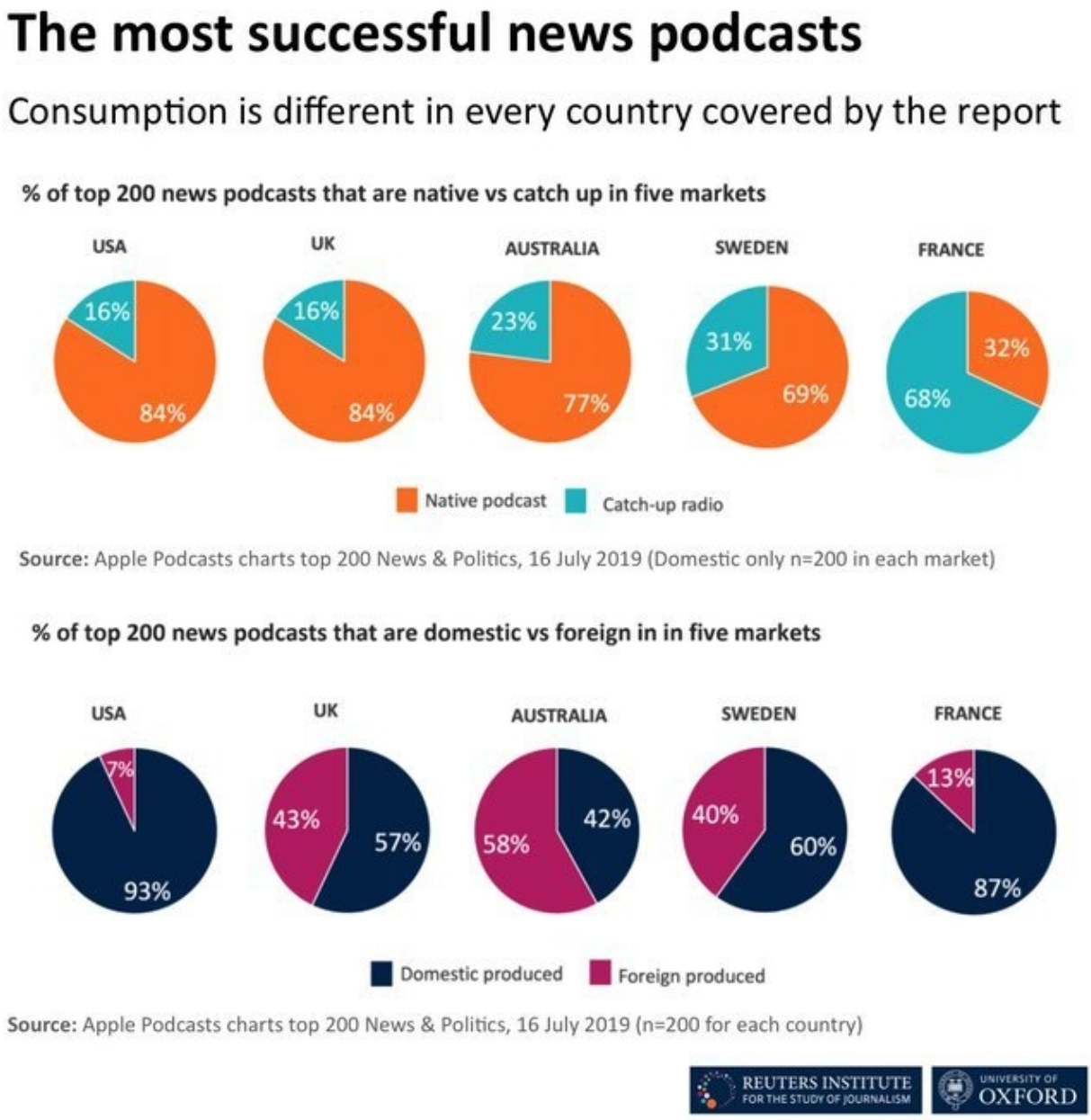

Los formatos más usados son los de charla-entrevista aunque los que más crecen son los “Dailys”: se registraron más de 60 en los cinco países estudiados. Dentro de los “Dailys” se categorizaron tres formatos: el micro-boletín (de 1 a 5 minutos); la rueda de noticias (de 6 a 15 minutos); y los análisis en profundidad (más de 16 minutos). Es más común que las empresas de gráfica produzcan los dailys de profundidad y las radios los micro-boletines. Más allá del mercado estadounidense, donde

el podcast es un gran negocio, las grandes empresas buscan mostrar e instalar la marca así como también aumentar la lealtad de los suscriptores o lectores. La monetización es algo que se piensa como objetivo a futuro.

El artículo diferencia entre los podcasts nativos (un programa con el audio como soporte producido para ser consumido a demanda y que no pasó por otro medio antes) y la radio desprogramada (cortes de radio que son puestos en archivos de audio para ser escuchados a demanda). Existen 49.500 podcasts de noticias de los cuales 12.000 surgieron en 2019 (no solo dailys). En Estados Unidos y Gran Bretaña, la penetración de los podcasts es ampliamente mayor en los segmentos de audiencia más jóvenes.



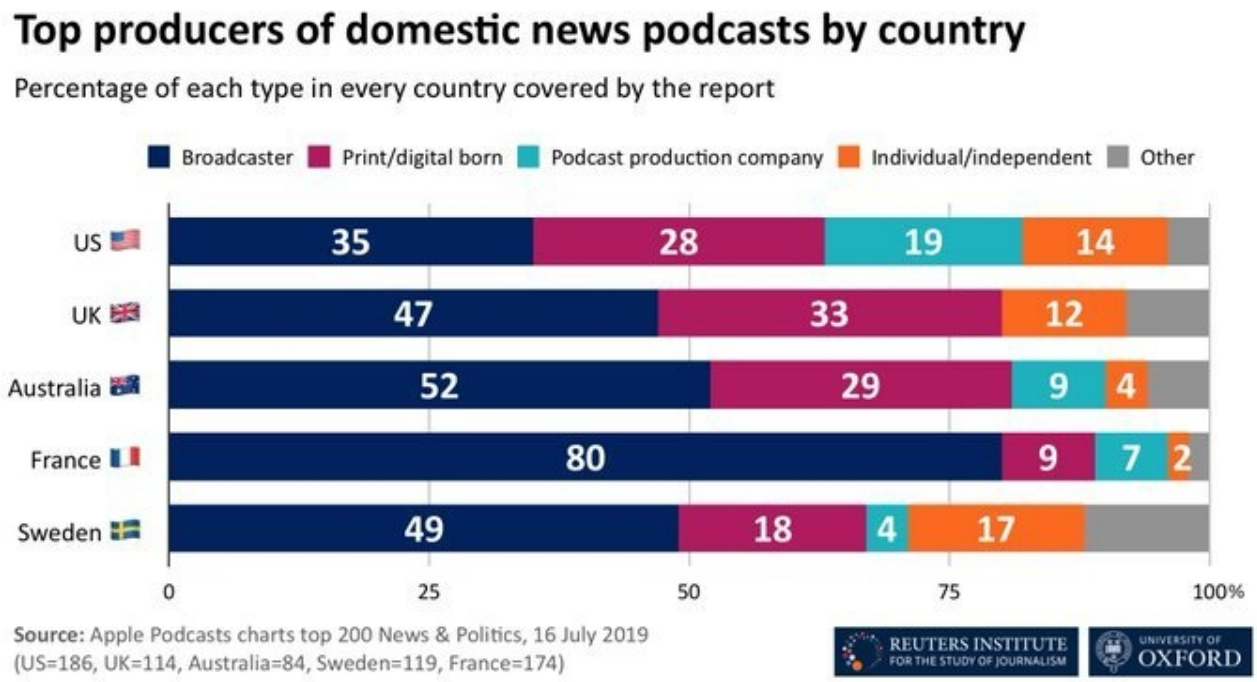

En cuatro de los cinco países, los podcasts nativos son mucho más escuchados que los cortes de radio en materia de noticias y política. La relación suele ser de tres reproducciones a una. Solo en Francia los segundos son más escuchados que los primeros. La industria estadounidense tiene mucho peso en los mercados de noticias y política en Reino Unido, Australia y Suecia donde los podcasts de producción extranjera tienen un peso muy importante en el total de reproducciones. La barrera del idioma hace que Francia tenga un porcentaje muy menor de producción extranjera en sus reproducciones.




En la clasificación de formatos de los podcasts de noticias sobreviven los producidos de manera nativa y los tomados de la programación de una radio. Más allá de esto, existen diferentes géneros: los dailys, los de charla y entrevista sin guionar, los narrativos sobre un tema en particular con periodicidad irregular, los documentales sobre varios temas y con una publicación regular, la lectura de artículos de diarios o revistas. Los más exitosos son los de charla (44%), seguidos por los de narrativa sobre un tema (24%) y los dailys (17%).

Los productores de estos podcasts de noticias pueden dividirse en cinco categorías: los diarios o portales de noticias, las radios, las productoras de podcasts, los productores independientes y otros. Los más masivos son los podcasts realizados por las radios seguidos, muy de lejos, por los realizados por los diarios. En Estados Unidos, la relevancia de cada tipo de productor (en especial

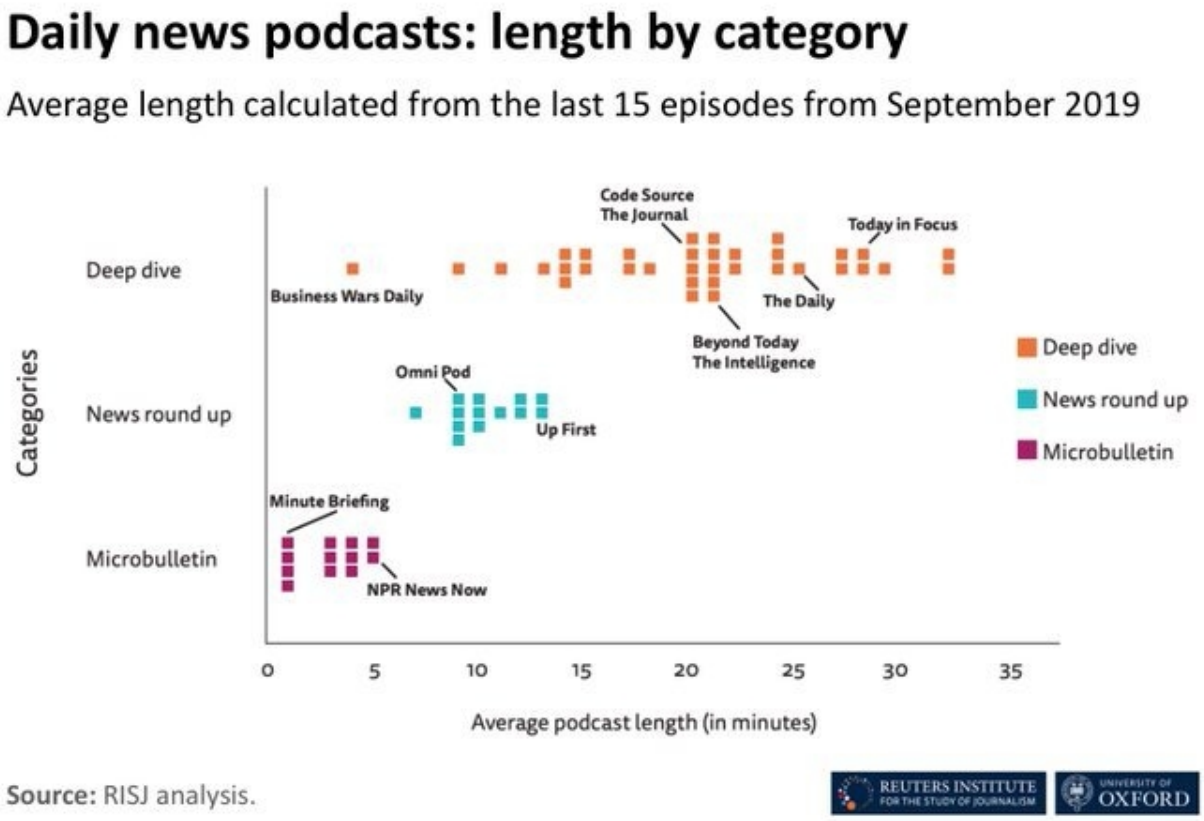
entre radios, diarios y productoras) está mucho más repartida que en el resto.




Los dailys de análisis profundos son los más producidos y la duración más utilizada se encuentra en los 20 y 30 minutos. De los 59 podcasts diarios encontrados en estos cinco países, la mayor parte surgió en los últimos 18 meses. Estados Unidos registra la mayor cantidad de podcasts con este formato. Los dailys son un formato de producción muy costoso. The New York Times cuenta con un equipo de 15 personas para producir The Daily, The Guardian emplea a diez personas y The Economist a ocho. En otros países, la media es de cuatro o cinco personas para realizar la producción. Algo que se destaca es que, a contramano de lo que sucede con otros formatos innovadores, los podcasts son bien recibidos al interior de las redacciones de los medios tradicionales.

En cuanto a los oyentes, el estudio es muy claro en resaltar que son muy diferentes los números estadounidenses del resto de los países. Mientras en el primero las reproducciones se cuentan por millones, en el resto son cientos de miles. Además, se destaca la posibilidad de alcanzar públicos jóvenes, más jóvenes que los habituales lectores de los diarios u oyentes de las radios. De lunes a viernes, se muestra con algunos casos, las reproducciones son estables y son contenidos muy perecederos para los cuales el pico de reproducciones o descargas se encuentra en los primeros dos

o tres días.



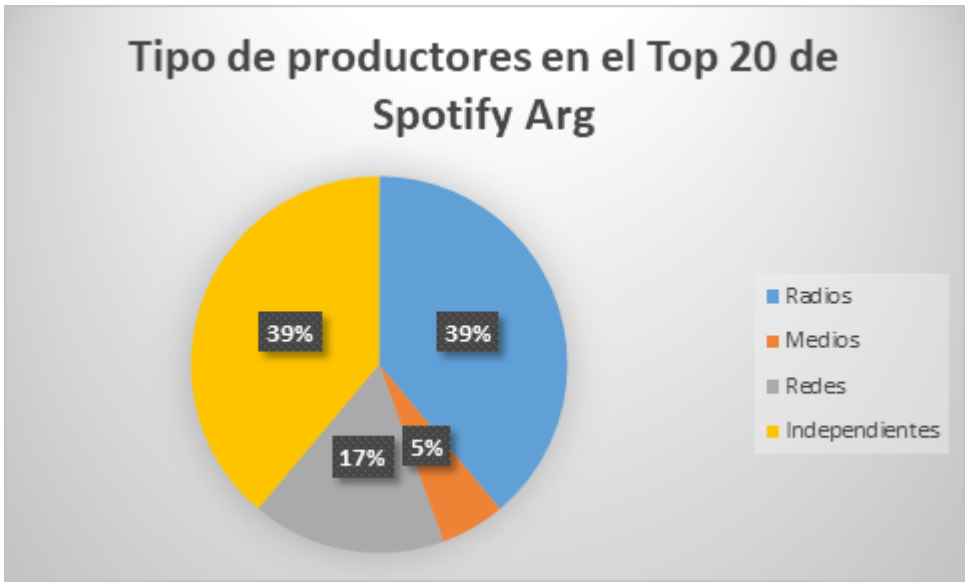

Si bien la mayoría de los productores no genera grandes ingresos con los podcasts de noticias –pero sí logran mejorar la fidelidad de lectores u oyentes y complementar de gran forma la oferta de contenidos para suscriptores- la publicidad crece. Si se comparan los números de 2017 con los de 2018, los podcasts de noticias son los que más crecieron en cantidad de facturación publicitaria. Los auspicios leídos por el conductor del podcast son el formato que más se usa y mejor precio tiene. Un aspecto central que señala el estudio es el avance de las plataformas de distribución sobre el contenido. En este sentido, y ante la imposibilidad de monetización en muchos casos, los productores optan por dos estrategias diferentes: algunos no publican sus contenidos en Spotify, por mencionar un agregador, y otros los publican recién una semana (o algunos días) después de subirlos en sus sitios.

# Argentina

En Argentina hay muy pocos podcasts de noticias y política de producción exclusiva o nativa. Dentro de los que tienen un formato diario se pueden ubicar “Lo que hay que saber” de La Nación (un resumen de noticias de 3 minutos de duración) y los podcasts de programas de radio como “Pasaron Cosas” de Radio Con Vos y Sexy Pipol (Congo FM).

En el siguiente cuadro se presentan los podcasts más escuchados según Chartable tanto en Apple Podcast como en Spotify a nivel general y dentro de la categoría noticias. Estos rankings son diarios pero sirven para darnos una idea de la producción y audiencias. Es necesario recordar que Spotify es ampliamente más utilizado que Apple Podcast para acceder a estos contenidos.

| Apple Podcast - Todos los podcast | | | Apple Podcast - Noticias | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Puesto | Podcast | Productor | Puesto | Podcast | Productor |
| 1 | Entiende tu mente | Independiente | 1 | Carlos Pagni en Odisea | La Nación |
| 2 | Demasiado Humano | FutuRock | 2 | En Diálogo con Longobardi | CNNE |
| 3 | Curiosidades de la Historia | NatGeo | 3 | Profilis | Arte Radio |
| 4 | Cómo fabricar tiempo | La Nación | 4 | Pod Save América | Crooked Media |
| 5 | Resident by Hernán Cattaneo | Metro | 5 | Lo que hay que saber | La Nación |
| 6 | Historias de nuestra historia | Radio Nacional | 6 | Recode Media | Recode |
| 7 | Las Raras | Independiente | 7 | Economist Radio | The Economist |
| 8 | Concha Podcast | Independiente | 8 | Global News Podcast | BBC |
| 9 | Guerras de negocios | Wondery | 9 | Truco Gallo | Independiente |
| 10 | Libros para emprendedores | Independiente | 10 | Esto También es Política | Independiente |

| Spotify - Todos los podcast | | | Spotify - Noticias y política | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Puesto | Podcast | Productor | Puesto | Podcast | Productor |
| 1 | Sexy Pipol Podcast | Congo FM | 1 | Martha Debayle | Independiente |
| 2 | El Futuro | Independiente | 2 | Sexy Pipol Diario | Congo FM |
| 3 | Concha podcast | Independiente | 3 | Anfibia Podcast | Anfibia |
| 4 | Demasiado Humano | Futurock | 4 | Pasaron Cosas | Radio Con Vos |
| 5 | Entiende Tu Mente | Independiente | 5 | Caricias Significativas | El Destape Radio |
| 6 | Metro y medio profundo | Metro | 6 | Truco Gallo | Independiente |
| 7 | Venganzas del Pasado | Independiente | 7 | Mejor País del Mundo | Spotify |
| 8 | Historias de nuestra historia | Radio Nacional | 8 | Carlos Pagni en Odisea | La Nación |
| 9 | Hoy Trasnoche | Posta | 9 | Lo que hay que saber | La Nación |
| 10 | JPV Podcast | Independiente | 10 | El Zorro y el erizo | Radio Nacional |

En línea con lo propuesto por el reporte de Reuters Institute, también se realizó una clasificación de los productores de los 20 podcasts más escuchados en Apple y Spotify